

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

3.1 Data

Data didapatkan melalui wawancara dan kuisioner kepada narasumber secara langsung dan online. Untuk wawancara secara langsung dilakukan ditempat yang sudah ditentukan dan untuk kuisioner secara online disebarakan melalui media sosial. Tujuan dari wawancara secara langsung dan kuisioner online ini untuk mendapatkan data yang terkait dengan perancangan.

Data yang diperoleh dikelompokkan dalam bentuk table, yaitu sebagai berikut :

| No | Apakah kamu berniat untuk melakukan diet ekstrem untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ideal dengan waktu yang singkat ? | Apakah kamu tahu tentang bahaya melakukan diet ekstrem ? | Jenis hiburan apa yang kamu sukai untuk mengisi waktu luang ? | Jika kamu memilih buku, buku seperti apa yang kamu sukai ? | Jenis buku yang kamu sukai seperti apa ? |
|----|--|--|--|--|--|
| 1 | Iya | Iya tahu | Nongkrong bareng temen, membaca buku, bermain sosial media, menonton film, jalan-jalan | Colourful, terdapat banyak gambar, terdapat tulisan dan gambar | Story Telling |
| 2 | Iya | Iya tahu | Me-time | Colourful | Panduan |
| 3 | Mungkin | Iya tahu | Me-time, olahraga, nongkrong bareng temen, mendengar musik, membaca buku, bermain sosial media, menonton film, | Colourful, terdapat tulisan dan gambar | Story Telling |

| | | | | | |
|---|-----|------------|--|---|---------------|
| | | | jalan-jalan | | |
| 4 | Iya | Tidak tahu | Me-time, membaca buku, bermain sosial media, menonton film | Colourful, terdapat tulisan dan gambar | Story Telling |
| 5 | Iya | Iya tahu | Nongkrong bareng teman, membaca buku, jalan-jalan | Terdapat banyak tulisan, terdapat tulisan dan gambar | Story Telling |

Tabel 1. Data

3.2 Analisa Data

Analisis data yang didapat pada data di atas yaitu :

1. Mayoritas target sasaran menjawab berniat untuk melakukan diet ekstrem untuk mendapatkan bentuk tubuh ideal.
2. Target sasaran mayoritas mengetahui bahaya melakukan diet ekstrem.
3. Hiburan yang paling disukai oleh target sasaran adalah membaca buku.
4. Terkait pada media buku ini mayoritas target sasaran menyukai buku colourful yang terdapat tulisan dan gambar.
5. Jenis buku yang mayoritas disukai target sasaran adalah story telling.

Dari analisa data diatas dapat disimpulkan bahwa target sasaran berniat melakukan diet ekstrem untuk mendapatkan bentuk tubuh ideal, tetapi mayoritas dari target sasaran juga mengetahui bahaya jika melakukan diet ekstrem. Untuk hiburan yang paling disukai oleh target sasaran adalah membaca buku dengan jenis buku *story telling* dan didalam buku tersebut terdapat tulisan serta gambar yang colourful.

Untuk wawancara secara langsung dengan dokter ahli gizi didapatkan melalui aplikasi kesehatan online Halodoc dengan mengajukan pertanyaan melalui chatting pada aplikasi “Halodoc” tersebut. Dimana pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan diet sehat itu seperti apa, diet ekstrem itu seperti apa, jenis diet ekstrem apa saja dan apa saja bahaya jika melakukan diet ekstrem. Jawaban dari dokter yang diwawancara pada tahun 2020 adalah yang disebut dengan diet ekstrem yaitu diet yang dilakukan tanpa asupan makanan sama sekali dan

dilakukan sampai badan terasa lemas. Sedangkan untuk diet sehat adalah diet yang dilakukan dengan mengatur pola makan yang bergizi seperti makan sayuran hijau dan buah-buahan. Makan makanan yang memiliki protein tinggi seperti, daging, putih telur dan ayam. Hindari stress pikiran dan juga kurangi konsumsi yang mengandung gula. Serta juga diimbangi dengan olahraga seperti lari, renang, dan bersepeda.

3.3 Khalayak Sasaran

3.3.1 Segmentasi Demografis :

- Target sasaran : Remaja
- Usia : 15 – 18 tahun
- Jenis kelamin : Perempuan
- Pendidikan : Pelajar
- Kelas sosial : SES A – SES C

Pada segmentasi demografis ini target sasaran adalah remaja perempuan yang berusia 15 – 18 tahun dan pendidikan pelajar. Dikarenakan pada usia 15 – 18 tahun dan khususnya remaja perempuan masing sering dijumpai kasus dimana target sasaran tersebut salah paham dengan arti kata diet, terlebih lagi dengan kata diet ekstrem.

Pada Strata Ekonomi Sosial (SES) ini lebih tertuju pada karakter masing – masing pelajar di lingkungan sekolah dan juga keinginan dari masing – masing SES pada target sasaran untuk memiliki tubuh yang ideal.

3.3.2 Segmentasi Geografis :

Segmentasi geografis dalam perancangan ini target sasaran berada di lingkup Kota Semarang. Dimana di Kota Semarang terdapat banyak tenaga ahli seperti dokter ahli gizi yang dapat membantu untuk memberi petunjuk mengenai diet sehat serta terdapat banyak tempat pusat kebugaran yang dapat membantu mewujudkan diet sehat tersebut sesuai dengan petunjuk dokter ahli gizi.

3.3.3 Segmentasi Psikografis :

Rentang usia remaja pada umur 15 – 18 tahun, dimana pada usia tersebut remaja cenderung masih terpengaruh oleh situasi sekeliling. Sehingga dapat mengikuti

trend tanpa memikirkan bahaya yang akan didapatkan. Tetapi pada usia tersebut masih bisa diajak untuk melakukan atau mengatasi sesuatu hal yang baru.

3.3.4 Insight

- Membuat buku berilustrasi dan berwarna (*colourful*) serta juga terdapat tulisan dengan penyampaian yang menyenangkan sehingga meningkatkan minat baca pada remaja.
- Dapat menyampaikan pesan tentang bahaya melakukan diet ekstrem khususnya pada remaja perempuan.
- Dapat memperkaya wawasan melalui pesan yang disampaikan.

3.4 Strategi Perancangan

3.4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada perancangan ini adalah membuat buku berilustrasi dan berwarna (*colourful*) dan juga terdapat tulisan dengan penyampaian yang menyenangkan sehingga meningkatkan minat baca pada remaja. Media utama pada perancangan ini adalah buku berilustrasi yang dapat menyampaikan pesan tentang bahaya melakukan diet ekstrem khususnya pada remaja perempuan. Dengan membaca buku dari perancangan ini dapat memperkaya wawasan melalui pesan yang disampaikan didalam buku berilustrasi tersebut.

3.4.2 Strategi Verbal – Visual

- Strategi Verbal

Menyampaikan pesan serta memberi informasi pada buku dengan menggunakan bahasa Indonesia yang dapat dipahami dengan mudah seperti bahasa yang digunakan setiap hari oleh target sasaran. Sehingga pesan dan informasi yang disampaikan dapat memperkaya wawasan target sasaran tersebut.

- Strategi Visual

Pada perancangan buku ini menggunakan pendekatan visual sesuai dengan usia target sasaran, dari segi warna, tipografi, layout dan juga ilustrasi yang digunakan. Dimana pada perancangan buku terdapat tulisan serta gambar ilustrasi yang *colourful* dengan penyampaian pesan sesuai dengan target sehingga meningkatkan minat baca

pada remaja. Dan juga menggunakan tipografi yang menyenangkan dan cocok untuk anak muda.

3.4.3 Strategi Media

- Media utama : Buku berilustrasi
- Media pendukung : Poster, X-Banner, pembatas buku, mug, totebag, stiker, sticky notes

3.4.4 Strategi Penyebaran Media

Pada strategi penyebaran media ini yaitu menggunakan cara kerjasama dengan pihak sekolah di kota Semarang. Tahapan untuk strategi penyebaran media adalah memberikan informasi dengan cara presentasi tentang isi dari perancangan tersebut dihadapan target sasaran yang berada pada sekolah tersebut. Selanjutnya untuk media utama buku ilustrasi nantinya akan diberikan kepada pihak sekolah secara gratis dan diletakkan pada perpustakaan sekolah tersebut. Untuk media pendukung seperti poster dan X-Banner nantinya akan digunakan saat presentasi dihadapan target sasaran pada sekolah tersebut. Dan untuk media pendukung seperti media sosial nantinya akan memberikan informasi terkait topik pada perancangan yang pastinya media sosial ini dapat di akses oleh target sasaran juga. Sedangkan untuk media pendukung seperti merchandise, nanti akan diberikan kepada target sasaran saat selesai mengikuti acara tersebut secara gratis.

3.5 Timeline

| No | Media | Timeline | | |
|----|-------------------------|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| | | Perencanaan | Produksi | Sharing |
| 1 | Buku (Media Utama) | 2 maret 2020 – 31 maret 2020 | 1 april 2020 – 20 april 2020 | 27 april 2020 – 30 mei 2020 |
| 2 | Poster | 9 maret 2020 – 12 maret 2020 | 3 april 2020 – 4 april 2020 | 27 april 2020 – 30 mei 2020 |
| 3 | Merchandise | 14 maret 2020 – 18 maret | 6 april 2020 – 10 april 2020 | 27 april 2020 – 30 mei 2020 |

| | | | | |
|---|--------------|-------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| | | 2020 | | |
| 4 | Media sosial | 20 maret 2020 – 25 maret 2020 | 13 april 2020 - 20 april 2020 | 27 april 2020 – 30 mei 2020 |
| 5 | X-Banner | 27 maret 2020 - 30 maret 2020 | 16 april 2020 – 18 april 2020 | 27 april 2020 – 30 mei 2020 |

Tabel 2. Timeline

Timeline perencanaan untuk media dilakukan pada tanggal 2 maret 2020 sampai dengan tanggal 30 maret 2020, sedangkan untuk timeline produksi media dilakukan pada tanggal 1 april 2020 sampai dengan 18 april 2020. Dimana pada range waktu tersebut untuk timeline perancangan dan timeline produksi adalah range waktu yang sangat produktif untuk mempersiapkan segala macam keperluan yang dibutuhkan pada perancangan ini karena pada tanggal tersebut target sasaran sedang berada pada situasi yang sangat sibuk untuk mempersiapkan ujian sekolah dan juga ujian negara. Sedangkan pada timeline sharing media tersebut dilakukan pada tanggal 27 april 2020 sampai dengan tanggal 30 mei. Dimana pada range ini target sasaran sedang berada pada situasi tidak begitu sibuk dengan kegiatan sekolah.

3.6 Strategi Anggaran

| No | Media | Timeline | | | Anggaran |
|----|---|----------|-------|-----|--|
| | | Maret | April | Mei | |
| 1 | Buku | | | | 1 buku = Rp 26.000 <ul style="list-style-type: none"> Cetak 60 buku = $60 \times 26.000 = \text{Rp } 1.560.000$ |
| 2 | Poster : dibagikan dan ditempel pada mading sekolah di SMP dan SMA di Kota Semarang | | | | 1 poster ukuran A2 = Rp 16.000 <ul style="list-style-type: none"> Cetak 25 poster = $25 \times 16.000 = \text{Rp } 400.000$ |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|---|
| 3 | Merchandise : pembatas buku, mug, notebook, stiker | | | | <p>1 pembatas buku (ukuran 3x7 cm) dikertas ukuran A3 = Rp 12.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Cetak 5 pembatas buku = 5 x 12.000 = Rp 60.000 <p>1 mug = Rp 13.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Cetak 200 mug = 200 x 13.000 = Rp 2.600.000 <p>1 notebook = Rp 15.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Cetak notebook = 200 x 15.000 = Rp 3.000.000 <p>Cetak stiker (ukuran 4x9 cm) dikertas ukuran A3 = Rp 16.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Cetak 5 stiker = 6 x 16.000 = Rp 80.000 |
| 4 | Media sosial : membuat akun instagram yang berisi tentang konten permasalahan yang diangkat, bisa berupa poster digital, dll. (10 konten dalam instagram) | | | | <p>Biaya konten instagram = Rp 35.000</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 bulan = 10 x 35.000 = Rp 350.000 |
| 5 | X-Banner | | | | <p>Cetak X-Banner (2 buah)</p> <ul style="list-style-type: none"> 2 x 200.000 = Rp 400.000 |

| | | | |
|--|--|-------|--------------|
| | | Total | Rp 8.450.000 |
|--|--|-------|--------------|

Tabel 3. Strategi Anggaran

